Fallstudie: Entwicklung von Alternativen und Beratung zur Auswahl eines neuen Kommentarnamens

Ausgangslage

Der C.H. Beck Verlag ist der größte deutsche Verlag für juristische Fachliteratur. Zu seinem Produktprogramm gehören Fachzeitschriften, Fachbücher, Lehrbücher, Gesetzestexte sowie ein entsprechendes Onlineangebot, das unter beck-online vermarktet wird.

Innerhalb beck-online sollte 2014 ein sehr umfangreicher Kommentar zum Zivilrecht eingeführt werden. Dieser sollte nach und nach erweitert und konstant aktualisiert werden.

Hierfür war der Arbeitstitel „beck-online Großkommentar“ angedacht. Es galt zu ermitteln, ob dieser Titel optimal gewählt war bzw. einen besseren Titel zu finden.

Aufgabe und Bearbeitung

Von juristischen Kommentaren haben auch Rechtslaien schon gehört. Wenn ein Kommentar besonders groß ist, quasi riesig, ist er dann ein Riesenkommentar? Oder ein Großkommentar? Oder ein ganz anderer Kommentar? Oder einfach ‚ein Beck‘?

Dies waren Fragen, die am Anfang der Arbeit für den C.H. Beck Verlag standen. Zunächst wurde die Marktsituation betrachtet und damit die tradierten und häufigsten Bezeichnungen für umfangreiche Kommentarwerke in der juristischen Literatur. In der Folge wurde eine große Anzahl alternativer Titel für den neuen Kommentar entworfen.

Ergebnis

Anhand der gefundenen Alternativen wurde mit dem C.H. Beck-Team Pro und Contra jedes Namens diskutiert. Es waren attraktive und innovative Namen im Rennen, die Entscheidung fiel am Ende für den intern bereits gefundenen Titel „Großkommentar“. Grund hierfür war vor allem die Vertrautheit der Branche mit dem Begriff. Jeder neue Begriff hätte zwar spannende Facetten ins Spiel gebracht, wäre aber in der Kommunikation deutlich aufwendiger gewesen. Die für Juristen besonders wichtige Abkürzung lautet nun BeckOGK. Beim kleineren Beck‘schen Online Kommentar ist es BeckOK. Ende 2015 steht das Werk erstmalig vollständig zur Verfügung.

Als besonderes ‚Zuckerl‘ stellte sich im Lauf des Projektes heraus, dass die Domain www.grosskommentar.de noch frei war. C.H. Beck zögerte nicht lange und registrierte unverzüglich die für Marketingzwecke bestens geeignete Domain.